Наталия Гавриловна ШВЕД

ПАРАДИГМА СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКУЛЬТУРЫ И НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

В статье анализируется новая концепция современного медиаобразования. Медиа рассматриваются как глобальная система, оказывающая значимое влияние на развитие современной цивилизации, И на первый план среди задач медиаобразования выводится задача формирования навыка ориентации и управления информацией в медиапространстве.

Ключевые слова: *инновации, медиакультура, медиаобразование, образовательный процесс, высшее образование*

Nataliya G. SHVED

THE PARADIGM OF CONTEMPORARY MEDIA CULTURE AND NEW APPROACHES TO MEDIA EDUCATION

This article analyzes a new concept of modern media education. In it, media is viewed as a global system that exerts a significant influence on the development of modern civilization and the task of forming the habit of orientation and information management in the media space comes to the forefront of the tasks of media education.

Keywords*: innovation, media culture, media education, educational process, higher education*

Феномен современной медиакультуры во многом обусловлен особенностями информационного общества и является актуальным предметом междисциплинарного анализа. Развитие современных медиа, в том числе и в первую очередь т.н. «новых медиа», задействовавших уникальные информационные возможности глобальной сети Интернет, сделало общедоступными огромные информационные ресурсы, способствовало развитию процессов глобализации и в конечном итоге породило совершенно новый тип культуры – медиакультуру, активно развивающуюся в современном обществе и оказывающую, в свою очередь, колоссальное влияние на его развитие.

Сегодня феномен медиакультуры и ее влияние на развитие общества рассматривается с различных точек зрения.

В основу одной из них положена парадигма «интеллектуальной коммуникации», которая предполагает, что по отношению к аудитории медиакультура выступает определенной системой развития личности человека (Крюкова 2013: 226-228) Современные медиа оказывают комплексное, всестороннее, систематическое влияние на становление и развитие личности, ее морально-ценностных установок, культурных норм и мировоззрение в целом. Данное влияние не всегда осознается индивидом, и, соответственно, далеко не всегда формируемые медиа ценности и установки проходят критическое осмысление в человеческом сознании.

Тенденции развития глобальной медиасреды заставляют сегодня задуматься не только о коммуникационных возможностях медиапространства, но и о власти медиа над обществом, о его влиянии на формирование культурных доминант современного человека и современного общества в целом. Эксперты по медиакультуре, наряду с

позитивными моментами влияния медиакультуры на развитие общества и человека, особое внимание уделяют негативным тенденциям, таким как рост количества источников недостоверной и фейковой информации, рост агрессивности медиасреды, активное использование манипуляционных методов в массовой коммуникации, которое оказывает значительное влияние в первую очередь на становление молодого поколения, зачастую приводя к неконтролируемым и разрушительным последствиям для сознания молодежи.

В связи с этим современный человек, проживающей в глобальном информационном обществе, должен не только уметь воспринимать медиатексты, но и понимать, критически оценивать влияние медиа на его сознание. Это может быть возможно только через развитие системы медиаобразования. Учитывая современные тенденции развития современного медиапространства и неуклонное повышение степени влияния медиа на общественное мнение и сознание индивида, ЮНЕСКО определило медиаобразование как приоритетную область культурно-педагогического развития XXI века. Таким образом, развитие медиаобразования, усиление его роли в современном образовательном процессе в принципе становится все более востребованным в современной социокультурной ситуации.

Сегодня существует достаточно большой спектр подходов к пониманию сути и специфики медиаобразования. Так, известный теоретик в области медиа Дж. Гербнер рассматривает медиаобразование как инструмент для расширения свободы и разнообразия коммуникации. Американский медиолог Д. Рашкофф, анализирует новые реалии медиакоммуникации и поднимает ряд острых вопросов, связанных с уровнем контроля современных коммуникационных процессов. Один из признанных лидеров современного медиаобразования Б. Мак-Махон отмечает, что в эпоху терроризма и войн XXI века медиаобразование молодежи становится настоятельным требованием демократического общества. Для того чтобы «новый человек» был человеком думающим, а не пассивным потребителем поступающей по различным каналам информации, медиакультуру, как и медиаграмотность, нужно целенаправленно формировать.

Перспективы медиаобразования в современной России напрямую связаны с процессом социальной модернизации, проблемами формирования медиакультуры личности XXI века.

Классическое понимание медиаобразования основывается на медиалингвистическом подходе, который рассматривает медиа как совокупность медийных текстов, дискурс. Предмет изучения здесь – методы анализа текстов массовой информации, особенности медиаречи, исследование возможностей воздействия медиатекста на индивидуальное и массовое сознание. Так, А.В. Федоров рассматривает медиаобразование в современном мире как процесс развития личности под воздействием медиаинформации (текстов, фото- и видеоконтента), включающий в себя формирование таких компетенций, как культура интерпретации, анализа и восприятия медиатекстов, развитие коммуникативных способностей, развитие творческих характеристик и пр. (Федоров 2001).

Такие признанные авторитеты в области СМИ, как Е.Л. Вартанова и Я.Н. Засурский полагают, что «медиаобразование = защита от СМИ + подготовка к анализу СМИ = понимание сущности функций СМИ + осознанное участие в медиакультуре» (Вартанова Засурский 2003: 5)

Но все больше исследователей сегодня отходят от классического понимания медиаобразования. И все чаще в контексте медиаобразования на первый план выходит более глобальная задача формирования навыка ориентации и управления информацией в медиапространстве.

В англоязычной литературе понятие «медиапространство» (Media space) стало использоваться еще с 1980 годов в исследованиях Р. Стултса и С. Харрисона, которые обозначали этим понятием «электронные условия, в которых группы людей могут работать вместе, даже если они не находятся в одном и том же месте в то же время. В медиапространстве люди могут создавать в реальном времени визуальные и звуковые среды, которые охватывают физически распределенные площади. Они также могут контролировать запись, доступ и воспроизведение изображений и звуков в этих средах» (Stults 1986)

Ф. Сталдер в статье «Экология информации: системный подход к медиасреде» утверждает, что «медиа создают интегрированную среду (environment), в основе которой лежат потоки информации. Все чаще в деятельности человека эта среда становится главной» (Сталдер 2011: http).

Из российских исследователей большое внимание анализу новой парадигмы уделяет в своих работах профессор НИУ ВШЭ И.М. Дзялошинский. «…Однако, на наш взгляд, пришло время посмотреть на проблему медиаобразования под другим углом. …Традиционный текстоориентированный подход к медиа себя исчерпал. Все более активно осваиваются другие методологические подходы. Один из наиболее перспективных – на наш взгляд – подход, который можно назвать «пространственным» с позиций которого медиа рассматривается как некое «пространство»…» (Дзялошинский 2013: 121)/

Другие российские исследователи, также изучающие новые подходы к концепции современного медиаобразования, Ф. Шарков и Е. Юдина, рассматривают медиапространство как особый социальный феномен, особую социальную структуру, образованную системой взаимоотношений производителей и потребителей массовой информации (Юдина 2005).

Работы известного российского ученого Н.Ю. Хлызовой посвящены анализу такого понятия в рамках медиаобразования, как медиакомпетентность. Она неоднократно подчеркивает, что подготовка современного специалиста в любой области, но прежде всего в области управления коммуникационными процессами сегодня не может быть эффективной без целенаправленной работы над формированием его медиакомпетентности. Данную компетентность она трактует прежде всего как формирование способности к критическому мышлению, адекватному восприятию информации, защите личности и общества от манипулятивных технологий (Хлызова 2011: 188).

Обобщая вышесказанное, необходимо отметить, что в рамках нового подхода медиапространство мыслится уже не просто как как набор текстов, а как глобальная система, пронизывающая все сферы человеческой жизни и

деятельности и создающая как новые возможности, так и новые угрозы для современной цивилизации. В этом контексте особую значимость приобретают вопросы медиаобразования специалистов коммуникационного профиля – тех, кто занимается организацией и развитием медиапространства: журналистов, PR-специалистов, специалистов в области рекламы. Это будущие профессионалы, которые и будут формировать медиасреду и влиять на развитие медиакультуры общества уже завтра.

Список литературы:

Stults R. Media Space, Xerox PARC, 1986.
Вартанова Е.Л., Засурский Я.Н. Российский модуль медиаобразования: концепции, принципы, модели. // Информационное общество, 2003, № 3. С. 5-10
Дзялошинский И.М. Медиаобразование: работа с текстами или умение ориентироваться в медиапространстве? // Медиаобразование 2013. Сборник трудов междунар. форума конференций. Москва: РИЦ МГГУ им. М.А. Шолохова, 2013.
Крюкова Н.А. Медиакультура и ее роль в современном информационном обществе // Омский научный вестник. № 5 (122). 2013. С. 226-228.С. 227
Сталдер Ф. Экология информации: системный подход к медиасреде. - URL: http://mediaecology.blogspot.com/2011/04/blog-post.html
Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. – Ростов: ЦВВР, 2001.
Юдина Е.Н. Медиапространство как культурная и социальная система.
- М.: Прометей, 2005.
Хлызова Н.Ю. Медиаобразование и медиакомпетентность в эпоху информационного общества.// Вестник Томского государственного университете, 2011. С.188-190.

Швед Наталия Гавриловна – кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры коммуникационных технологий Московского государственного лингвистического университета (г. Москва), *nshved@yandex.ru*